全媒体时代如何进行新闻报道

摘　要：全媒体时代来临，给新闻宣传带来了良好的机遇，同时伴随新的挑战，特别是让媒体人面临空前未有的生存考验。本文提出新形势下传统媒体人如何创新报道，新媒体人如何提高新闻写作能力，并树立新闻理想，做个全能的新闻工作者，适应新闻报道的需求。

关键词：全媒体；进行 ；新闻报道
中图分类号：G220　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2017）12-069-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.02.014

■文 / 杨　丽

1. 全媒体的涵义

什么是全媒体？“全媒体”即“omnimedia”，源自美国一间名叫 Martha Stewart Living Omnimedia（玛莎 – 斯图尔特生活全媒体）的家政公司。这家成立于 1999 年的公司，拥有并管理包括杂志、书籍、电视节目、广播节目、网站在内的多种媒体，通过旗下的所谓“全媒体”传播自己的家政服务和产品。十多年来，随着科技发展日新月异，传播手段层出不穷，媒体之间日益融合互通，“全媒体”(omnimedia) 的概念尽管没有获得学术界的共识，却在传播领域的实践中日复一日丰富发展着它的内涵。它的应用也越来越被业界所接受。

由人民出版社出版的《童子问易》给出的“全媒体”定义是：“所谓全媒体，就是数和象在天、地、人之间变动和周流而建立的备包有无的媒体形式。全媒体包括传统媒体和新媒体。”

2. 全媒体宣传主要特点

2. 1 更具吸引和可看性

有人说现在是眼球时代，什么吸引眼球，大家就发布什么。以前发稿子，突出的是文字，后来我们有了相机，有了数码，配图更便捷，一边写，一边拍，有图有真相，更增加了可看性和可信度。再后来，有了手机视频，我们利用手机视频自己主持并进行现场直播。传统媒体、新媒体以及大众自媒体纷纷加入媒体大战，一时间各类媒体和我们的自媒体写手以及拍客们，都充分利用自己的优势，抢占新闻制高点，争分夺秒抢战头条新闻。追求的是快捷、迅速以及发布这则消息，讲述这个故事性的可看性。你写的东西有吸引力，才有人关注你，为你点赞，为你留言。现在有很多博客是大 V，如微博女王姚晨，20 多万的关注量。有人关注，才有人看，如果你写出来的东西没人看，那有什么意义，如果你所写的东西高高在上，那你发布的东西有什么价值？但是如果你连基础性的东西都不会，所写的东西东拉西扯，让人不知所云，常此与往，你所写的东西让人失去兴趣，或者你写的东西不真实不可性，也就失去了支持力。

2. 2 更凸速度和时效性

一直以来新闻追求的是“新”字，也就是强调其重要的特性即新闻时效性。随着经济社会的飞速发展，生活节奏不断加快，特别是进入全媒体时代后，大家已经习惯快速阅读、快速浏览的阅读方式。特别是新媒体的发展，使新闻的定义从“新近发生的事实”发展到“正在发生的事实”，可见时效性在其中的影响。在新媒体的冲击下，面对新的挑战，传统的媒体也在增强了新闻时效性，往往事件用现场直播，让受众体验到新闻鲜活的生命力，感受到强烈新闻的时效性。

2. 3 更具传播和广泛性

很早以前我们利用报纸、电视、电台等媒介传输形式进行宣传。随着短信、博客、QQ 空间等传输渠道的悄然新起，我们利用这些东西上传东西，让大家分享。近两三年的时间，我们大部分人都开始用微博、微信、手机客户端，也就是我们通常说的 APP，发布我们所见所闻、所思所感。目前，各大媒体都有了自己的官方网站、官方微博和微信公众平台，各单位各部门也充分利用这些媒体全方位、立方式发布消息。

2. 4 更崇自由和灵活性

全媒体时代后，对新闻概念已经开始模糊，因为传播快捷，强调速度，发布者需要将消息更快更迅速地传播出去，因此，只写他认为有价值的，有时省导语，有时没有背景，总之按我们学新闻的来说很多要素都是不全面的，相对于传统新闻写作就很灵活，只要交待清楚事件就可以了。

2. 5 更突自我和个人性

自媒体时代，人人都是发言人，个个都是小喇叭。在写作中，为了突出自己的个性，加一些自己习惯的语言和语气，比如很多网络语言，“OUT 啦”“高大上”“学渣”“学霸”“小清新”“有钱任性”等。大家上网以后可以发现，现在我们很多政府发布的文章，也抛弃了那种高冷感觉，开始用这种很亲民、很朴实的语言发布消息。比如，新闻联播有则消息，就运用了“当官不能任性”这样的语句，既诙谐，又容易让人接受。但这也有个度，不能乱用。

3. 全媒体时代如何开展新闻报道

全媒体时代进行新闻型报道，不是让传统媒体占领新媒体，也不是让新媒体取代传统媒体，更不是简单的长话短说、老话新说，把新闻转换成音视频或浓缩成多少字。而是要利

用新的技术手段创新报道的内容和形式，利用新的思维拓展新闻写作的内涵和外延；是通过新媒体跳出自己的媒介限制，吸引更多的读者，创造更大的价值。就是让传统媒体和新媒体生产更多严谨、客观、丰富的新闻产品，引领社会主流价值和判断，而不是追随互联网消遣新闻，娱乐社会热点。

3.1 重视传统媒体宣传，让阵地坚如磐石

真实是媒体的生命，真实性也是媒体人不可跨越的道德底线和职业操守规则。一直以来，我们报纸、杂志、广播、电视、电台等传统媒体在新闻宣传中占领了重要地位，就是因为传统媒体在报道宣传中保持着真实、客观的本色报道。正是这些客观真实报道，让传统媒体在传播中具有不可撼动的权威性，在群众中具有超强的公信力。因此，传统媒体要充分利用这种权威性，结合各自媒体的特点，适时进行跟踪采访，深度挖掘新闻线索。定期、不定期开展新闻调查，找到新闻的切合点，写出不一样的新闻。让传统媒体继续发挥新闻宣传中的引领力、影响力、传播力、公信力，抢占互联网舆论的制高点，成为全媒体宣传时代的最强音。

3.2 新媒体迅速崛起，让渠道畅通无阻

随着新媒体的出现，打破了媒介之间的垄断界限。只要有新闻事实，只要有新闻点，无论规模大小、实力强弱、口碑高低的各类媒体，甚至是我们的自媒体都要去争新闻传播的一席之地，都想获得新闻消息的第一来源。我们要为新媒体树立自信心，要为他们加油鼓劲。要给予他们积极的支持和帮助，要让他们加入到新闻报道的行列。要利用新媒体，延续传统媒体的风格和品牌，吸引青年读者的注意，实现新闻内容的多次传播。微博、微信发挥作用，网站、客户端、论坛、博客在新闻宣传阵容中一个也不能少。特别是在一些重大新闻报道中，我们要邀请新老媒体进行统一的新闻策划，召开新闻发布会。要让宣传渠道畅通无阻，渠道一畅通，信息一对称，就实现宣传渠道无缝对接，新闻报道全面覆盖，达到良好的传播效果。

3.3 加大全媒体融合，让内容更立体化

新媒体之新，不仅是内容、形式之新，更是观念之新。传统媒体向新媒体转型，不仅是把报纸的内容搬到网络、平板电脑和手机上，而是应聚合多种信息元素，综合传统媒体的内容生产与新媒介技术的平台搭建，向受众提供最现场化、最易理解、最易获取的新媒体化产品。传统媒体就是要吸引更多年轻读者，在媒介融合之外还有很多业务要拓展。因此，就是要强调传统媒体与新兴媒体的立体化运用，这是方向，也是趋势。既要努力把传统媒体的作用发挥到极致，又要努力把新兴媒体的潜力挖掘到极致，同时还要努力实现传统媒体与新兴媒体的嫁接、交融、互促共进。

3.4 提高新闻写作素养，做个会讲故事的写手

新形势下，无论传统媒体还是新媒体，都可以相互参与相互学习。在这一点上，新媒体还要好好向传统媒体学习写作方法。我们还是要认真学习，先以最基础的东西着手，弄清楚写作的要领，掌握写作的方法。传统媒体也要站在受众的立场上思考写作方法，要俯身来倾听百姓关心什么？在乎什么？

3.4.1 重视传统新闻写作方法

以前，传统新闻采写强调新闻导语写作。导语是什么？就是对新闻内核最精炼的浓缩。导语讲究的是新闻要素，新闻要素指新闻事实的主要构成因素。在 80 年代由西方新闻界首先提出，一般包括：何时（WHEN)、何地 (WHERE)、何人（WHO）、何事 (WHAT)、何故 (WHY)，后来增加了一个要素，即如何（HOW），用英文字头简称“5W1H”，被人们称为新闻六要素。随着新媒体的发展，我们发现新闻的导语写作发生翻天覆地的变，新闻要素强调的不多，五个 W 也许只有三个 W, 也许不问 H。大家关注的是新闻事件本身，关注新闻信息量以及信息背后的事实与真相。

3.4.2 强调文章布局谋篇

在写作中，我们注意文章的布局谋篇。无论传统媒体还是新媒体都有写作的平台，平台让你写多少字数，给你多少版，你就要计划多少字。哪些需要重点写，哪些只要一带而过，做到心中有数。元代文人乔梦符提出：好文章就是要写好开头、主体、结尾，用凤头、猪肚、豹尾来比喻是非常恰当。所以一直到今天如何写好文章，就应该学习借鉴古人的这种写作方法，

3.4.3 借鉴新媒体写简文章，学会讲故事

不管社会如何变迁和发展，讲清楚事情本身，让所写的东西感动人，吸引人是最基本的。每个作家，每个记者和编辑以及每个写手，都有一样不能忘记，那就是无论你是写人或者写事，你都学会做一个会讲故事的人、讲感人故事的人。柏拉图说过，谁最会讲故事，谁就赢得全世界。白岩松说：传播归根到底，就是给别人讲一个好故事。

例如纪录片《舌尖上的中国》，为什么大家那么喜欢，是介绍了菜谱吗，是介绍食材吗？是轻松悦耳的音乐？还是唯美的画面？其实更吸引人的是纪录片里一个个鲜活生动的故事，是里面那些与食材、与美食、与劳动有关的故事感染了我们。纪录片里面故事不是长故事，而是由很多短故事组合在一块。这样大家就跟着他的故事走，不觉得乏味和冗长。

所以我们写作中，要学会用笔端讲故事。可以设置一些悬念和桥段在里面，增加故事的戏剧化。比如，我写社区某位书记，他工作踏实，那么例子是什么？比如，关心群众，感人的故事是什么 。这就需要大家深入了解，仔细询问，也就是我们说的采访，可以让基层提供文字材料，也可以亲自与本人联系，设计一些问题，问得越多越好，这样回来你写的时候，设计就做到胸有成竹，写的东西才会感染人，不觉得空洞乏味。

总之，学会讲故事写故事不是一朝一夕练就的，需要有兴趣，需要有天赋，但更需要勤奋，需要的是坚持不懈！全媒体时代，让我们树立新闻理想，做个全能的新闻工作者，适应新闻报道的需求！媒

（作者单位：云南省昆明市呈贡区新闻中心）